

МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ДОВЕРИЯ КЛИЕНТОВ К СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ

*К. Ф. Ковальчук, д. э. н., проф., Национальная металлургическая академия Украины,
const1955@mail.ru*

*В. А. Полушенко, аспирант, Национальная металлургическая академия Украины,
panivika@ua.fm*

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: теоретического обобщения – при рассмотрении понятия доверия и существующих методов и моделей; нечеткого моделирования – при определении нечеткой сущности отношения доверия, построения системы нечеткого логического вывода, нечетких правил и функций принадлежности, анализа на чувствительность модели; стандартных методов экономических исследований - при осуществлении интерпретации результатов и диагностики модели.

Результаты. Построена модель оценки нечеткого отношения доверия клиентов к страховой компании на основе систем нечеткого логического вывода Мамдани. Модель позволяет количественно определить уровень доверия к услугам, которые предоставляет страховая компания. Методологический подход оценки отношения доверия включает два этапа: разработка и оценка.

Приведены результаты модельных экспериментов и рассчитаны значения коэффициентов доверия к таким отраслям страхования, как: страхование ответственности, имущественное и личное страхование для страховой компании, и значение обобщенного показателя доверия, который включает все эти три составляющие.

Новизна. Разработана модель оценки отношения доверия для страхового рынка Украины на основе системы нечеткого логического вывода, которая позволяет моделировать показатели доверия по отраслям страхования ответственности, имущественного и личного страхования для оценки услуг конкретной страховой компании.

Практическая значимость. Предложено учесть значения показателей доверия при принятии экономических решений, управлении страховой организацией и для улучшения системы обслуживания клиентов. Модель может быть использована для обоснования мероприятий по совершенствованию развития отечественного страхового рынка и деятельности страховых компаний.

Ключевые слова: отношение доверия, страхование, нечеткая логика, система нечеткого логического вывода.

Литература

1. Mayer R. C. An integrative model of organizational trust / R. C. Mayer, J. H. Davis, F. D. Schoorman // *Academy of Management Review*. – 1995. – Vol. 20. – No. 3. – P. 709–734.
2. Sako M. Supplier relationship and innovation. In M. Dodgson, & R. Rothwell (Eds.) / M. Sako // *The handbook of industrial innovation*. Aldershot' Edward Elgar Publishing. – 1994. – P. 242–268.
3. Bidault F. Trust in economic transactions. In *Trust: Firm and Society* ed. by Francis Bidault, Pierre-Yves Gomez and Gilles / F. Bidault, C. Jarillo // *Strategic Management Journal*. – 1997. – v. 15. – P. 175–190.
4. Williamson O. E. Calculativeness, trust, and economic organization / O. E. Williamson // *The Journal of Law and Economics*. – 1993. – V.36. – P. 453–486.
5. Luhmann N. *Trust and power*. – Oxford: John Wiley and Sons, 1979. – 228 p.
6. Eisenhardt K. M. Dynamic capabilities: What are they? / K. M. Eisenhardt, J. A. Martin // *Strategic Management Journal*. – 2000. – V. 21. – P.1105–1121
7. Blomqvist K. The many faces of trust / K. Blomqvist // *Scandinavian Journal of Management*. – 1997. – V.13. – P. 271–286.
8. Шмиголь Н. Довіра споживачів як чинник оцінки ефективності соціальної відповідальності фірми [Електронний ресурс] / Н. Шмиголь // *Економічний вісник університету*. – 2009. – №12. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2009_12/Shmigol.pdf
. Shmygol N. *Dovira spozhivachiv yak chynnyk otsynku efektyvnosti socialnoyi vidpovidalnosti firmy* [Trust consumer as a factor in evaluation the social responsibility effectiveness of the firm] [et al.] / N. Shmyhol // *Ekonomichniy visnyk universytetu*. – 2009. – №12. – Mode of access: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2009_12/Shmigol.pdf
9. Бонецький О. О. Довіра до товару як чинник успішної маркетингової діяльності / О. О. Бонецький // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. – 2009. – №12. – С. 14–21.
Bonetskiy O. O. *Dovira do tovaru yak chynnyk uspihnoyi marketingovoyi diyalnosti* [Trust to the product as a factor in successful marketing activity] / O. O. Bonetskiy // *Visnyk Natsionalnogo universytetu «Lvivska politehnika»*. – 2009. – №12. – P. 14–21.
10. Про страхування: Закон України від 7 квітня 1996 р. // *ВВР України*. – 1996. – №18. – ст. 78.
. *Pro strakhuvannya: Zakon Ukrayinu vid 7 kvitnya 1996 r.* [About Insurance: Ukraine law dated 7 April 1996] // *VVR Ukrainu*. – 1996. – №18. – st. 78.
11. Сержанов В. В. Проблеми особистого страхування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2012_36/statti/4_6.htm
Serzhanov V. V. Problemy osobystogo strakhuvannya v Ukrayini [Problems of personal insurance in Ukraine] [et al.]. – Mode of access: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2012_36/statti/4_6.htm
12. Рубан С. О. Тенденції розвитку майнового страхування в Україні [Електронний ресурс] / С. О. Рубан // *Вісник української академії банківської справи: науково-практичний журнал*. – 2011. – №2(31). – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/VUABS/2011_2/31_04_06.pdf
. Ruban S. O. *Tendentsiyi rozvytku maynovogo strakhuvannya v Ukrayini* [Property insurance trends in Ukraine] [et al.] / S. O. Ruban // *Visnyk ukraskoyi akademiyi bankivskoyi spravy: naukovopraktychniy zhurnal*. – 2011. – №2(31). – Mode of access: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/VUABS/2011_2/31_04_06.pdf
13. Терещенко Т. Є. Соціально-економічний зміст і значення страхування відповідальності, його місце у системі страхування [Електронний ресурс] / Т. Є. Терещенко // *Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії: Економічні науки (Вісник ДДФА : Економічні науки)*. – 2011. – №1. – С. 49–55. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vddfa/2011_1/Tereshchenko.pdf
Tereshchenko T. E. *Sotsialno-ekonomichniy zmist i znachennya strakhuvannya vidpovidalnosti, jogo mistse u systemi strakhuvannya* [Socio-economic meaning and importance of liability insurance and its place in the insurance] [et al.] / T. E. Tereshchenko // *Visnyk Dnipropetrovskoyi derzhavnoyi finansovoyi akademiyi: Ekonomichni nauky (Visnyk DDFA: Ekonomichni nauky)* – 2011. – №1. – P. 49–55. – Mode of access : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vddfa/2011_1/Tereshchenko.pdf
14. Ліга страхових організацій України: Інтернет – журнал про страховий ринок України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uainsur.com>
. *Liga strakhovykh organizatsiyUkrayiny: Internet – zhurnal pro strakhoviy rynek Ukrayiny* [League of Ukraine Insurance Organizations: Online – Journal of the insurance market of Ukraine] [et al.]. – Mode of access: <http://uainsur.com>
15. Vijfhuizen J. Measuring trust in buyer-seller relationships: Design of a prototype fuzzy model / J. Vijfhuizen. – Delft University of Technology, 2012. – 61 p.
16. Grading systems in the Netherlands, the United States and the United Kingdom [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nuffic.nl/bestanden/documenten/over-de-nuffic/publicaties/gradingsystems.pdf>
17. Дубчак Л. О. Спосіб обробки нечіткої інформації [Електронний ресурс] / Л. О. Дубчак // *Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*. – 2012. – № 8 (179), Ч.1. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2012_8_1/title/48.pdf
Dubchak L. O. *Sposib obrobky nechitkoyi informaciyi* [Method of processing fuzzy information] [et al.] / L. O. Dubchak // *Skhidnoukrayinskiy nacionalniy universytet imeni Volodymyra Dalya*. – 2012. – № 8 (179), Ch.1. – Mode of access: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2012_8_1/title/48.pdf

18. Ковальчук К. Ф. Интеллектуальная поддержка принятия экономических решений / Под.ред. О. П. Сулова. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1996. – 224 с.
Kovalchuk K. F. *Intellektualnaya podderzhka prinyatiya ekonomicheskikh resheniy* [Intellectual support of economic decision-making] / Pod. red. O. P.Suslova. – Donetsk : IEP NAN Ukrayiny, 1996. – 224 p.

